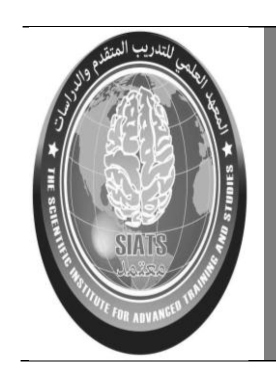


SIATS Journals

Journal of Human Development and Education for specialized Research

(JHDESR)

Journal home page: http://www.siats.co.uk



مجلة التنمية البشرية والتعليم للأبحاث التخصصية

العدد 4، المجلد 1 ، أكتوبر 2018م.

e ISSN 2462-1730

THEORY OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE HOLY QURAN AND SUNNAH

نظرية سلوك المستهلك في القرآن الكريم والسنة النبوية

د.حياة عمر البرهماتي

جامعة محمد الخامس أبوظبي

hayat.brihmati@um5a.ac.ae

2018م – 1439هـ



ARTICLE INFO
Article history:
Received 1/10/2017
Received in revised form 20/10/2017
Accepted 05/12/2017
Available online 15/10/2018
Keywords:
Insert keywords for your paper

Abstract

Consumption is of pivotal importance in economic analysis both at the micro and macro level because of its vast effects on the economy as its main engine and motive for production. Moreover, many economic problems are due to the absence of rational behavior on the part of consumers.

The study and analysis of consumer behavior also helps to explain economic phenomena and contributes to solve many of the dilemmas of economy. As a result, consumer theory has occupied a significant space in the earthly economic thought for a long period of time and occupied many economic researches and studies that aimed at explaining consumer behavior materially in isolation from ethics and morals.

There are some studies, analyses and research in the Islamic economy that dealt with this theory, but there is still a need for more studies with a scientific methodology that would highlight the Islamic approach to consumer behavior, and determine its governing rules.

Here comes the need to establish an integrated Islamic theory of consumer behavior independent of the perceptions of other economic systems; it needs to be based on the provisions of Islamic law and adopted according to their perceptions of man, the universe and life, and shaped within the framework of values and ethics.

The present study attempts to attain the abovementioned goals. It is comprised of four sections. The first one defines consumer behavior linguistically and conventionally or pragmatically. The second section sheds light on consumer behavior in economics. The third topic deals with the behavior of the consumer in the light of economic capitalism, and the fourth one is devoted to study consumer behavior in Islamic economic theory. The research ends with a conclusion that summarizes the main findings of the study. The first one is that the theory of



consumer behavior in the capitalist economy has succeeded in finding theoretical models and analytical tools, but failed to explain consumer behavior objectively. The theory of consumer behavior in the Islamic economy is a theory in which spirituality, morals and legislation come together, so there is a balance between the demands of the individual and the community, and between the spiritual and the material.

الملخص

يحتل موضوع الاستهلاك أهمية بالغة في التحليل الاقتصادي سواء على المستوى الجزئي أو الكلي، وذلك لتأثيره الكبير على الاقتصاد باعتباره المحرك الأساس له والدافع على الإنتاج، بالإضافة إلى أن العديد من المشاكل الاقتصادية مردها إلى غياب السلوك الاستهلاكي الرشيد.

كما أن دراسة سلوك المستهلك وتحليله يساعد على تفسير الكثير من الظواهر الاقتصادية ويساهم في حل العديد من معضلات الاقتصاد، و لهذا فقد شغلت نظرية المستهلك حيزا كبيرا من الفكر الاقتصادي الوضعي لفترات طويلة من الزمان، واستحوذت على العديد من الأبحاث والدراسات الاقتصادية التي هدفت إلى تفسير سلوك المستهلك تفسيرا ماديا بمعزل عن الجانب الأخلاقي والعقدي.

كما وجدت دراسات وأبحاث في الاقتصاد الإسلامي تناولت هذه النظرية بالدراسة والتحليل إلا أنها مازالت تحتاج إلى المزيد من الدراسات العلمية المنهجية التي تعمل على إبراز المنهج الإسلامي في سلوك المستهلِك، وتحدد قواعده المنظمة له.

ومن هنا تأتي الحاجة إلى بناء نظرية إسلامية متكاملة لسلوك المستهلك مستقلة عن تصورات الأنظمة الاقتصادية الأخرى؛ تنطلق من نصوص الشريعة الإسلامية وتبنى وفق تصوراتها عن الإنسان والكون والحياة، وتصاغ في إطار منظومتها القيمية والأخلاقية.



وهذا ما حاولت هذه الدراسة بيانه، وقد جاءت في أربعة مباحث أساسية، أما المبحث الأول فحدد مفهوم الاستهلاك والمستهلك في الجانب اللغوي والاصطلاحي، والمبحث الثاني فكشف عن ماهية سلوك المستهلك في علم الاقتصاد، والمبحث الثالث فتناول سلوك المستهلك في النظرية الاقتصادية الرأسمالية، وأما المبحث الرابع فخصص لدراسة سلوك المستهلك في النظرية الاقتصادية الإسلامية، وذُيل البحث بخاتمة تضمنت أهم النتائج المستخلصة من هذه الدراسة، ومن ذلك أن نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي قد نجحت في إيجاد القوالب النظرية والأدوات التحليلية، لكنها أخفقت في تفسير سلوك المستهلك تفسيرا موضوعيا، وأما نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي فهي نظرية تتكامل فيها الجوانب العقدية والأخلاقية والتشريعية، فلهذا جاءت توازن بين مطالب الروح والجسد، وبين مطالب الفرد والجماعة، ومطالب الدين والدنيا.



المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيد المرسلين محمد بن عبد اللهوعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

فلقد كثرت في الآونة الأخيرة الأبحاث والدراسات التي تهتم بالاقتصاد الإسلامي تأصيلا وتنظيرا، تحليلا وتطبيقا، وتعنى بقضاياه المتعددة ومسائله المتجددة، وتدعو إلى إيجاد نظريات اقتصادية إسلامية، إلا أنه بالرغم من المداد الكثير الذي أسيل في هذا المجال مازال الاقتصاد الإسلامي يحتاج إلى إيجاد منهجية علمية واضحة في معالجة قضاياه واستجلاء رؤاه وتصوراته.

أهمية الموضوع وأسباب اختياره:

يحتل موضوع الاستهلاك أهمية بالغة في التحليل الاقتصادي سواء على المستوى الجزئي أو الكلي، نظرا لتأثيره الكبير على الاقتصاد باعتباره المحرك الأساس له والدافع على الإنتاج، بالإضافة إلى أن العديد من المشاكل الاقتصادية مردها إلى غياب السلوك الاستهلاكي الرشيد.

كما أن دراسة سلوك المستهلك وتحليله يساعد على تفسير الكثير من الظواهر الاقتصادية ويساهم في حل العديد من معضلات الاقتصاد، و لهذا فقد شغلت نظرية المستهلك حيزا كبيرا من الفكر الاقتصادي الوضعي لفترات طويلة من الزمان، واستحوذت على العديد من الأبحاث والدراسات الاقتصادية الوضعية التي هدفت إلى تفسير سلوك المستهلك تفسيرا ماديا بمعزل عن الجانب الأخلاقي والعقدي.

كما وجدت دراسات وأبحاث في الاقتصاد الإسلامي تناولت هذه النظرية بالدراسة والتحليل إلا أنها مازالت تحتاج إلى المزيد من الدراسات العلمية المنهجية التي تعمل على إبراز المنهج الإسلامي في سلوك المستهلِك، وتحدد قواعده المنظمة له. فلبناء نظرية اقتصادية إسلامية لابد من الرجوع إلى مصادر الشريعة الإسلامية الأساسية: القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، من أجل استقراء النصوص الشرعية المتعلقة بالمال والاقتصاد وتنظيم المعاش، واستنباط السلوك الاقتصادي الذي يريده الإسلام، ومن ثم وضع الباحثين والدارسين على الطريق الصحيح لصياغة التصور الاقتصادي الإسلامي.



وفي هذا السياق يأتي موضوع هذا البحث الذي عنونته ب:"**نظرية سلوك المستهلك في القرآن الكريم والسنة النبوية**"، لدراسة سلوك المستهلك من خلال نصوص السنة النبوية الشريفة، واستخلاص قواعد السلوك الاستهلاكي الإسلامي، وبيان خصائصه وتحديد ضوابطه.

إشكالية البحث

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن الإشكالية التالية:

هل يمكن بناء نظرية اقتصادية إسلامية لسلوك المستهلك انطلاقا من نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة؟

وللوصل إلى إجابة لهذه الإشكالية يمكن تقسيمها إلى الأسئلة التالية:

- ما المقصود بسلوك المستهلك وما هي أهمية دراستة من المنظور الإسلامي؟
- ماهي الأسس والثوابت التي تقوم عليها نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي؟
- وماهي القواعد الحاكمة لسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي؟

هدف البحث

تسعى هذه الدراسة إلى المساهمة في بناء نظرية إسلامية متكاملة لسلوك المستهلك مستقلة عن تصورات الأنظمة الاقتصادية الأخرى؛ تنطلق من نصوص الشريعة الإسلامية وتبنى وفق تصوراتها عن الإنسان والكون والحياة، وتصاغ في إطار منظومتها القيمية والأخلاقية.

منهج البحث

لقد سلكت في هذه الدراسة المنهج التحليلي المقارن، حيث قمت بتحليل نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي وفي الاقتصاد الإسلامي، ويظهر المنهج المقارن في المقارنة بين النظريتن من حيث الأسس والمقومات والقواعد التي قامت عليها كل نظرية.



المبحث الأول: مفهوم الاستهلاك والمستهلك

سنتطرق في هذا المبحث إلى تحديد المصطلحات الأساسية الواردة في البحث، والتي تعد كلماته المفتاحية، إذ سنتعرض لمفهوم الاستهلاك والمستهلك في الجانب اللغوي والاصطلاحي من خلال المطالب الآتية.

المبطلب الأول: مفهوم الاستهلاك لغة واصطلاحا

1-الاستهلاك في اللغة: أصل كلمة الاستهلاك في اللغة مشتقة من هلك، جاء في مقاييس اللغة: "الْهَاءُ وَاللَّامُ وَالْكَافُ: يَدُلُّ عَلَى كَسْرٍ وَسُقُوطٍ. مِنْهُ الْهَلَاكُ: السُّقُوطُ، وَلِذَلِكَ يُقَالُ لِلْمَيِّتِ هَلَكَ"[1]، وهلك الشيء يهلك هلاكا وهلوكا[2]، وأهلك الشيء واستهلكه[3].

والاستهلاك مصدر أصل فعله استهلك، زيد فيه الهمزة والسين والتاء لإفادة الطلب، فجاء في تاج العروس: "اسْتَهْلَكَ المالَ:أَنْفَقَه وأَنْفَدهُ أَنْشَدَ سِيبَوَيْهِ:

تَقُولُ إِذا اسْتَهْلَكْتُ مَالا لِلَذَّة ... فُكَيهَةُ هَشَّيءٌ بكَفَّئِينَ لائِقُ"[4].

ومن هنا يتبين أن كلمة الاستهلاك في اللغة تدل على عدة معان منها: السقوط والهلاك والإفناء، وإذا اقترنت الكلمة بالمال دلت على الإنفاق والإنفاد والإهلاك والأكل وغيرها من المعاني.

2-الاستهلاك في المصطلح القرآني: لم يرد في آيات القرآن الكريم لفظ الاستهلاك، وإنما وردت ألفاظ مشتركة معه في معناها اللغوي منها: هلك وأهلك وهالك وتهلكة، وقد ذكر أهل التفسير وجوها أربعة للهلاك وهي:

"-الأول: افتقاد الشيء عنك، وهو عند غيرك موجود، كقوله تعالى: {هَلَكَ عَنِّي سُلْطَانِيَهْ}[5].

-و الثاني: هَلَاك الشيء باستحالة وفساد كقوله تعالى: {وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ}[6]، ويقال: هَلَكَ الطعام.

---

(1) مقاييس اللغة، ابن فارس، مادة هلك، (62/6) .
(2) الصحاح تاج اللغة، الجوهري، مادة هلك، (4/ 1616).
(3) أساس البلاغة، الزمخشري، مادة هلك، (2/ 378)
(4) تاج العروس، الزبيدي، مادة هلك، (402/27)
(5) الحاقة:29
(6) البقرة: 205



-و الثالث: الموت كقوله تعالى: {إِنِ امْرُؤٌ هَلَكَ}[7]، وقال تعالى مخبرا عن الكفّار: {وَما يُهْلِكُنا إِلَّا الدَّهْرُ}[8] .

-و الرابع: بطلان الشيء من العالم وعدمه رأسا، وذلك المسمّى فناء المشار إليه بقوله تعالى: {كُلُّ شَيْءٍ هالِكٌ إِلَّا وَجْهَهُ}[9]."[10]

فهذه هي وجوه الهلاك الأربعة التي ذكرها المفسرون في القرآن الكريم، ولعل أقرب لفظة لمعنى الاستهلاك قد وردت في قوله تعالى: {يَقُولُ أَهْلَكْتُ مَالًا لُبَدًا}[11] وجاءت بمعنى أنفقت، قال ابن كثير: "يَقُولُ ابْنُ آدَمَ: أَنْفَقْتُ مَالًا لُبَدًا، أَيْ: كَثِيرًا"[12].

3-الاستهلاك في الحديث النبوي: وأما في الحديث النبوي فقد ورد لفظ الاستهلاك في قول رَسُول اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "ابْتَغُوا فِي أَمْوَالِ الْيَتَامَى لَا تَسْتَهْلِكُهَا الصَّدَقَةُ"[13]، ومعنى تستهلكها تأكلها، أي على ولي اليتيم أن يتجر في ماله حتى لا تأكلها الزكاة، وهذا المعنى تفيده الروايات الأخرى التي ورد بها الحديث، حيث ذكرت لفظ تذهبها وتأكلها بدلا عن تستهلكها.

كما ورد لفظ هلك وأهلك في عدة أحاديث منها قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إِذَا قَالَ الرَّجُلُ: هَلَكَ النَّاسُ فَهُوَ أَهْلَكُهُمْ"[14]، قال صاحب النهاية: "ومَعْناه أنَّ الغَالِينَ الَّذين يُؤيسُون النَّاس مِن رحْمة اللَّه يَقُولون: هَلَكَ النّاسُ: أَيِ اسْتَوْجَبوا النَّارَ بِسُوء أعْمَالهم، فَإِذَا قَالَ الرَّجُل ذَلِكَ فَهُوَ الَّذي أوْجَبَه لَهُم لَا اللَّهُ تَعالى، أَوْ هُوَ الَّذِي لَمَّا قَالَ لَهُم ذَلِكَ وآيَسَهُم حَمَلَهُم عَلَى تَرْك الطَّاعَة والانْهِماكِ فِي الْمَعَاصِي، فَهُوَ الَّذِي أوْقَعَهُم فِي الْهَلَاكِ"[15].

4-الاستهلاك في المصطلح الفقهي: إن المتتبع لأمهات الكتب الفقهية يجد مصطلح الاستهلاك واردا فيها في كثير من أبوابها الفقهية، إذ استعمله الفقهاء في باب الزكاة والرهن والغصب واللقطة والوديعة...

([7]) النساء: 176
([8]) الجاثية: 24
([9]) القصص: 88
([10]) المفردات في غريب القرآن، الراغب الأصفهاني، 844
([11]) البلد: 6
([12]) تفسير ابن كثير (8/ 404)
([13]) أخرجه البيهقي في سننه الكبرى، كتاب البيوع، باب تجارة الوصي بمال اليتيم أو إقراضه رقم:10984، ج4/6. وأخرجه الدارقطني في سننه، كتاب الزكاة، باب استقراض الوصي من مال الزكاة، رقم 1977، ج8/3
([14]) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة، باب النهي عن قول هلك الناس، رقم:2623، ج2024/4.
([15]) النهاية في غريب الحديث والأثر، ابن الأثير، 5/ 269



غير أننا لا نجد عند الفقهاء تعريفا خاصا للاستهلاك يمكن اعتباره حدا جامعا مانعا عندهم، وإنما يمكن استخلاص بعض التعاريف من خلال تتبع السياق الذي وردت فيه كلمة الاستهلاك في كتبهم حسب الأبواب الفقهية، فمثلا يقول الكاساني: "اسْتِهْلَاك الشَّيْءِ إخْرَاجُهُ مِنْ أَنْ يَكُونَ مُنْتَفَعًا بِهِ مَنْفَعَةً مَوْضُوعَةً لَهُ مَطْلُوبَةً مِنْهُ عَادَةً"[16].

ويقول الزيلعي: "الِاسْتِهْلَاكَ الْمُطْلَقَ مِنْ كُلِّ وَجْهٍ عِبَارَةٌ عَنْ إتْلَافِ جَمِيعِ الْمَنْفَعَةِ وَالِاسْتِهْلَاكُ مِنْ وَجْهٍ عِبَارَةٌ عَنْ تَفْوِيتِ بَعْضِ الْمَنَافِعِ"[17].

ومرد ذلك إلى أن مصطلح الاستهلاك كان واضحا جليا عند الفقهاء فلم يكن غامضا حتى يحتاج إلى توضيح وشرح وبيان، بالإضافة إلى أن كتب الفقه كانت تهدف في المقام الأول إلى البحث في الأحكام العملية للمكلف.

ولقد حاولت بعض الموسوعات و المعاجم المعاصرة التي اهتمت بلغة الفقهاء أن تصوغ تعاريف للاستهلاك تعبر عن مراد الفقهاء من المصطلح، مثلما جاء في الموسوعة الفقهية الكويتية وفي معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء: "الاستهلاك هُوَ تَصْيِيرُ الشَّيْءِ هَالِكًا أَوْ كَالْهَالِكِ كَالثَّوْبِ الْبَالِي، أَوِ اخْتِلاَطِهِ بِغَيْرِهِ بِصُورَةٍ لاَ يُمْكِنُ إِفْرَادُهُ بِالتَّصَرُّفِ كَاسْتِهْلاَكِ السَّمْنِ فِي الْخُبْزِ"[18].

وورد مصطلح الاستهلاك في معجم لغة الفقهاء بمعنيان:

"-الإتلاف فيما ينفع.

-زوال المنافع التي وجد الشئ من أجل تحقيقها وإن بقيت عينه قائمة"[19].

ونخلص من هنا أن الاستهلاك في اصطلاح الفقهاء قد ورد بمعنى الإتلاف وهو إهلاك الشيء وإفناؤه بزوال عينه، أو إفساده بإلحاق الضرر فيه من غير زوال عينه.

([16]) بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، الكاساني، (7/ 149)

([17]) تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق، الزيلعي،(5/ 229)

([18]) الموسوعة الفقهية الكويتية (4/ 129)، معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، د.نزيه حماد، 58.

([19]) معجم لغة الفقهاء، محمد رواس قلعجي و حامد صادق قنيبي، 66



5-الاستهلاك في المصطلح الاقتصادي: يعد الاستهلاك أحد أهم جوانب النشاط الاقتصادي لأنه يتصل بشكل مباشر بعملية إشباع الحاجات الإنسانية، فمن المعروف في النظرية الاقتصادية المعاصرة أن الدورة الاقتصادية تتكوَّن من ثلاث مراحل أساسية، حيث تبدأ بالإنتاج، وتمر بالتوزيع، وتنتهي بالاستهلاك.

وسنقوم هنا بتحديد مصطلح الاستهلاك في الاقتصاد الرأسمالي وفي الاقتصاد الإسلامي.

فأما الاستهلاك في الاقتصاد الرأسمالي فنجد له العديد من التعاريف المختلفلة والتي نقتبس منها مايلي على سبيل التمثيل لا الحصر:

يقول الاقتصادي الأمريكي جارتر آكلي: "الاستهلاك هو الحصول على إشباع مادي أو نفسي من استخدام أو ملكية السلع والخدمات الاستهلاكية وليس مجرد شرائها فقط"[20]

ويعرف أيضا على أنه "الجزء المستقطع من الدخل والذي يمكن إنفاقه على شراء السلع والخدمات لإشباع حاجات ورغبات المستهلك"[21].

ويقصد بالاستهلاك أيضا "الحصول على السلع لاستخدامها في تحقيق إشباع الحاجات المختلفة"[22].

ومن خلال التعاريف السابقة يتبن أن الاستهلاك في النظرية الاقتصادية الوضعية هو عملية الحصول على السلع المادية أو الخدمية من أجل إشباع حاجات المستهلك ورغباته المختلفة.

فالهدف الأساسي من الاستهلاك في هذه النظرية هو إشباع الحاجات والرغبات الإنسانية المتعددة والمتجددة.

وأما مصطلح الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي، فنجد بعض الباحثين في هذا المجال قد تداولوه بتعاريف تكاد تكون موحدة فيما بينها ومتوافقة إلى حد كبير مع ماجاء في النظرية الاقتصادية الحديثة، ومن ذلك قولهم أن الاستهلاك هو

(20) الاقتصاد الكلي النظرية والسياسات، ج.آكلي، ترجمةد.عطية مهدي سليمان، الجامعة المستنصرية، بغداد، 1980م، ج769/2

(21) الأساس في علم الاقتصاد، د. محمد الوادي ود. إبراهيم خريس،225 ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2007.

(22) مبادئ التحليل الاقتصادي الجزئي والكلي، د.محمد مروان السمان وآخرون، 119، دار الثقافة ، عمان –الأردن ، ط2011/5



"التناول الإنساني المباشر للسلع والخدمات، لإشباع رغبات الإنسان وحاجاته"[23]، وفي تعريف آخر: "الاستهلاك معناه الإنفاق من مصادر الدخول المختلفة على حاجة الإنسان من السلع والخدمات لإشباع حاجاته ورغباته"[24]

ومن الباحثين من استخدم مصطلح الانتفاع بدل الاستهلاك، ومنهم من اعتبره مرادفا له، وفريق آخر يرى أن الاستهلاك وجه من أوجه الإنفاق.

وذهب فريق آخر منهم محمد أنس الزرقا[25] إلى تحديد مفهوم الاستهلاك باعتبار المقاصد والمآلات التي تفضي إليها العملية الاستهلاكية، فليس الهدف من الاستهلاك في نظر هذا الفريق إشباع الرغبات الحسية أو تحقيق اللذات الإنسانية وإنما الهدف الأساسي منه هو تحقيق العبودية لله تعالى وأما المنفعة فتأتي كهدف وسيط تابع للهدف الأسمى.

المطلب الثاني: مفهوم المستهلك لغة واصطلاحا

1-المستهلك في اللغة: اسم فاعل من استهلك، وقد جاء في معاجم اللغة المستهلك والمهتلك بمعنى واحد، قال ابن فارس: "والمهتلك: الذي يهتلك أبداً إلى من يكفله"[26]، وقيل هو: "الهالِكُ مَنْ لَا هَمَّ لَه إلا أَنْ يَتَضَيَّفَه الناسُ، يَظَلّ نَهارَه فإذا جاءَ اللّيلُ أَسْرَعَ إلى مَنْ يَكْفُلُه خَوْفَ الهَلاكِ لَا يَتَمالَكُ دُونَه"[27]. وجاء في اللسان: " مُسْتَهْلِكُ الْوِرْدِ أَي يُهْلِكُ وَارِدَهُ لِطُولِهِ"[28]، وورد في آداب المواكلة: "والمستهلك: هو الذي يهلك أضراسه بشرب الماء عقب الحلواء أو الماء الصادق البرد عقب الطعام الحار إلا من إبريق.."[29]

2-المستهلك في الاصطلاح الفقهي: هو " كل من يؤول إليه الشيء بطريق الشراء بقصد الاستهلاك أو الاستعمال"[30]

(23) المفاهيم الاستهلاكية في ضوء القرآن والسنة النبوية، زيد بن محمد الرماني، ص:23، سلسلة دعوة الحق تصدرها رابطة العالم الإسلامي، السنة الثالثة عشرة، رمضان 1415ه/ ع:153.

(24) أصول الاقتصاد الإسلامي، د. أمين مصطفى عبد الله، 355، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاؤه.

(25) صياغة إسلامية لجوانب من دالة المصلحة الاجتماعية ونظرية سلوك المستهلك، محمد أنس الزرقا،ص: 156 ، ندوة قراءات في الاقتصاد الإسلامي، المنشورة بمجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاقتصاد والإدارة، جدة،ط1، 1407ه-1987م.

(26) مجمل اللغة، ابن فارس ، مادة هلك (ص: 908)

(27)تاج العروس ، الزبيدي، مادة هلك (27/ 406)

(28) لسان العرب ، ابن منظور، مادة هلك (3/ 73)

(29) آداب المواكلة، بدر الدين أبو البركات محمد الغزي، تحقيق عمر موسى باشا، دار ابن كثير ،دمشق، 1407ه، ص42

(30) المفاهيم الاستهلاكية في ضوء القرآن والسنة، مرجع سابق، ص:46



3–المستهلك في الاصطلاح الاقتصادي: لقد وردت عدة تعاريف للمستهلك في النظرية الاقتصادية الرأسمالية، نذكر من ذلك:

أن المستهلك هو "الذي له القدرة لشراء السلع والخدمات المعروضة للبيع بهدف إشباع الحاجات الشخصية أو العائلية"[31].

ويعرف أيضا بأنه "الهدف الذي يسعى إليه منتج السلعة أو مقدم الخدمة والذي تستقر عنده السلعة أو يتلقى الخدمة"[32].

ونجد علم الاقتصاد يستخدم مصطلح المستهلك لوصف نوعين من المستهلكين:

–**الأول** هو المستهلك الفردي: ويسمى أيضا بالمستهلك النهائي، ويعرف بالإضافة إلى التعريفين السابقين بأنه: "كل من يطلب السلعة أو الخدمة من أجل استخدامها في إشباع حاجاته الحالية أو المستقبلية، سواء قام بذلك الأفراد بصفتهم مستقلين أو مجتمعين"[33].

–**الثاني** المستهلك التنظيمي: ويسمى أيضا بالمستهلك الصناعي، وهو عبارة عن الوحدات الإنتاجية التي يكون دافع الشراء عندها هو لإعادة الإنتاج أو إعادة البيع[34]، ويشمل المنشآت الصناعية والتجارية والزراعية والهيآت الحكومية وغيرها..

وتجدر الإشارة إلى أن كتب الاقتصاد قد درجت على أن مصطلح المستهلك إذا أطلق أريد به المستهلك الفردي.

ومما سبق يظهر أن المستهلك الفردي أو النهائي هو من لديه رغبة ويملك قدرة على شراء السلع والخدمات من أجل تحقيق الإشباع الذاتي ولايهدف إلى تحقيق الربح، في حين أن المستهلك التنظيمي أو الصناعي لايسعى من وراء عمليات الشراء إلى تحقيق الاستهلاك الفردي أو الأسري، وإنما يقوم بهذه العمليات بهدف الاستهلاك التنظيمي لإنتاج سلع وخدمات أخرى وبيعها من أجل تحقيق الربح المادي.

(31) سلوك المستهلك عوامل التأثير البيئية، عنابي بن عيسى، ديوان المطبوعات الجامعية- الجزائر، 2003، ج16/2.
(32) سلوك المستهلك، محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2006 ص:16
(33) مبادئ التحليل الاقتصادي الجزئي والكلي، د. محمد مروان السمان وآخرون، ص:119.
(34) سلوك المستهلك، ممود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2006 ص:16



كما نخلص إلى أن المستهلك بمعناه الفردي هو أهم عنصر في السوق، لأنه المحور الذي تدور حوله العملية الاقتصادية برمتها.

المبحث الثاني: ماهية سلوك المستهلك

سنتناول في هذا المبحث تحديد مفهوم السلوك الإنساني قبل الكشف عن ماهية سلوك المستهلك في علم الاقتصاد حتى ننطلق من العام إلى الخاص، ثم بعد ذلك سنبين علاقة سلوك المستهلك بالسلوك الإنساني، وذلك من خلال المطلبين التاليين:

المطلب الأول: مفهوم السلوك الإنساني

لقد أثار تحديد مفهوم السلوك الإنساني جدلا كبيرا بين الباحثين والدراسين سواء المنتمين منهم إلى نفس التخصصات العلمية، أو إلى حقول المعرفة الإنسانية المختلفة، نظرا لتعقد فهم السلوك الإنساني وصعوبة تفسيره، وقد تجاذبت هذا الموضوع مدارس عدة في علوم شتى منها: علم النفس وعلم الاجتماع وعلم الاقتصاد وغيرها، وكل مدرسة قد نظرت إلى السلوك الإنساني من زاوية مختلفة وتناولته من جانب مغاير ، وبين هذه وتلك تغيب النظرة الشمولية التكاملية للسلوك الإنساني المستنيرة بالنور الرباني والهدي النبوي {أَلَا يَعْلَمُ مَنْ خَلَقَ وَهُوَ اللَّطِيفُ الْخَبِيرُ}[35].

فمن الباحثين من يرى أن تشكل السلوك الإنساني تتحكم فيه المكونات العقلية والذهنية الداخلية للإنسان، ومنهم من يرى بأنه ذو تكوين خارجي محض تتحكم في صدوره العوامل الخارجية المحيطة بالشخص، وفريق ثالث يرى أن السلوك الإنساني هو نتاج تفاعل عوامل ذاتية داخلية وعوامل خارجية.

وقد عرف السلوك الإنساني بمجموعة من التعاريف، نقتبس منها مايلي:

عرفه بعضهم على أنه "سلسلة متعاقبة من الأفعال وردود الأفعال التي تصدر عن الإنسان في محاولاته المستمرة لتحقيق أهدافه وإشباع رغباته المتطورة والمتغيرة"[36].

كما عرف السلوك الإنساني على أنه: "أي نشاط يصدر عن الكائن الحي نتيجة لعلاقته بظروف منبهات معينة"[37].

(35) الملك: 14
(36) السلوك التنظيمي، علي سامي،مكتبة القاهرة ،سنة 1979، ص:55
(37) سلوك المستهلك، محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، ص:16



وعرف أيضا بأنه: "كل استجابة لفظية أو حركية للمؤثرات الداخلية والخارجية التي يواجهها الفرد والتي يسعى من خلالها إلى تحقيق توازنه البيئي"[38].

المطلب الثاني: مفهوم سلوك المستهلك

يعتبر سلوك المستهلك أحد أنماط السلوك الإنساني الناتج عن تفاعل مجموعة من العوامل الداخلية للإنسان والمؤثرات الخارجية المحيطة به، وقد قدم الاقتصاديون جملة من التعاريف لسلوك المستهلك نذكر منها مايلي:

سلوك المستهلك هو: "ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في البحث عن شراء أو استخدام السلع أو الخدمات أو الخبرات التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته حسب الإمكانيات المتاحة"[39]

و عرف أيضا على أنه: "الأفعال و التصرفات المباشرة للأفراد من أجل الحصول على المنتج أو الخدمة ويتضمن إجراءات اتخاذ قرار الشراء"[40]

ويوضح تعريف آخر على أنه: "السُّلوك الذي يَسْلكه الفرد في تخطيط وشراء السلعة، ثم أخيرًا استهلاكها"[41]

ومن خلال هذه التعاريف يمكن القول بأن سلوك المستهلك هو عبارة عن الأفعال والتصرفات الصادرة عن المستهلك للحصول على سلعة ما، واستهلاكها لإشباع حاجاته، ويسبق ذلك تخطيط من الفرد لمعرفة احتياجاته وامكانياته وجمع معلومات كافية عن السلعة قبل اتخاذ قرار الشراء.

إلا أنه لا يمكن تعميم هذا التعريف على جميع المستهلكين، لأن الواقع يثبت بأن المستهلكين ليسوا على درجة واحدة من الوعي والعقلانية حتى يخططوا ويتريثوا قبل اتخاذ قرار الشراء، فمن المستهلكين من هو عقلاني رشيد، و منهم ما هو عاطفي مندفع تطغى عاطفته على قراراته الاستهلاكية، ومنهم من هو سفيه مبذر لماله ولا يحسن التصرف. وهذا ما غفل عنه الاقتصاد الرأسمالي حيث اعتبر المستهلك رجلا عقلانيا رشيدا وبنى نظريته في سلوك المستهلك على هذا الأساس.

المبحث الثالث: سلوك المستهلك في النظرية الاقتصادية الرأسمالية

(38) سلوك المستهلك، محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، ص:17

(39) سلوك المستهلك مدخل استراتيجي، محمد إبراهيم عبيدات، دار وائل للنشر، عمانالأردن، ط2001/3، ص:13

(40) أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، محمود جاسم الصميدعي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2002، ص: 344

(41)Runyon - Consumer Behavior, Charle Merrill - Publishing Company, 1980, p. 48.



سيتم في هذا المبحث تحليل نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي، عن طريق بيان ماهية النظرية وفرضياتها، ومناقشة قواعدها الحاكمة لسلوك المستهلك، وذلك من خلال المطالب التالية.

المطلب الأول: ماهية نظرية سلوك المستهلك الرأسمالية

تهتم نظرية سلوك المستهلك في الفكر الاقتصادي الرأسمالي بتحليل سلوك المستهلك وتفسير تصرفاته للتنبؤ بما سيتخذه هذا المستهلك من قرارات استهلاكية، وهي ترى أن هناك مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على سلوك المستهلك الذي يحاول أن يخصص مالديه من دخل محدود للإنفاق على شراء مجموعة من السلع والخدمات لإشباع حاجاته ورغباته منها.

وتسعى هذه النظرية للإجابة على السؤال التالي: كيف يستطيع المستهلك ذو الدخل المحدود أن يحقق أقصى إشباع ممكن، وهو يواجه مجموعة من السلع والخدمات ذات الأسعار المحددة في السوق؟

تعتمد هذه النظرية في تحليلها على تقديم نموذج اقتصادي لتفسير سلوك المستهلك، إذ تفترض أن المستهلك بما يملكه من قدرات عقلية سيتخذ قرارات رشيدة تجعله يحقق أقصى منفعة ممكنة.

المطلب الثاني: الفرضيات التي تقوم عليها نظرية سلوك المستهلك

تعتمد نظرية سلوك المستهلك الرأسمالية في تحليلها على مجموعة من الفرضيات أهمها مايلي:[42]

1-أن المستهلك يسلك سلوك عقلانيا رشيدا

2-أن المستهلك لديه دخل نقدي محدود

3-أن المستهلك يواجة مجموعة من السلع والخدمات ذات الأسعار المحددة في السوق

4-أن ذوق المستهلك وتفضيلاتة ثابتة.

5-أن المستهلك يهدف إلى تعظيم إشباعه.

(42) الاقتصاد الجزئي، د. محمود الوادي، ص:137



المطلب الثالث: القواعد الحاكمة لسلوك المستهلك في النظرية الاقتصادية الرأسمالية

إن هناك مجموعة من القواعد التي تحكم سلوك المستهلك في النظرية الاقتصادية الرأسمالية، ويمكن إجمالها في أربعة قواعد أساسية هي: العقلانية الاقتصادية، تغليب المصلحة الذاتية، سيادة المستهلك، تعظيم المنفعة.

1 – العقلانية الاقتصادية أو الرشد الاقتصادي:

تحكم سلوك المستهلك في النظرية الاقتصادية الرأسمالية قاعدة أساسية تعرف بالعقلانية الاقتصادية، أو ما يعرف بفرض الرشد الاقتصادي، وهو من الافتراضات الرئيسة في التحليل الاقتصادي الرأسمالي.

يطلق أصحاب هذه النظرية وصف الرشد على سلوك المستهلك "إذا استطاع أن يصل بإنفاق دخله المحدود وفق أسلوب عقلاني إلى أقصى منفعة ممكنة"[43]، أي أن المستهلك يواجه في السوق مجموعة من السلع والخدمات ذات الأسعار المحددة، فإذا استطاع بأسلوب قائم على الموازنة والمفاضلة أن ينفق دخله المحدود على شراء السلع والخدمات التي في نظره ستحقق له أقصى إشباع ممكن وأعظم منفعة بغض النظر عن ماهيتها ونوعها، فإن ذلك سيكسبه صفة الرشد الاقتصادي.

وترجع هذه النظرية إلى المدرسة النيوكلاسيكية التي أقامت فلسفتها في التحليل على استنباط القوانين الاقتصادية من سلوك فرد معين، سمته «الرجل الاقتصادي Economic man » فمن هو هذا الرجل الاقتصادي ؟

فحسب النيوكلاسيك هو إنسان رشيد يخضع في سلوكه الاقتصادي إلى دوافع اقتصادية (تحقيق المصلحة الذاتية) تدفعه إلى تحقيق أكبر لذة ومنفعة بأقل جهد وألم.

يقول ليونارد سلك: "إن الإنسان ذاته إنما يدخل كشكل مجرد فقط في الاقتصاد، أو باعتباره أداة لتعظيم الربح والمنفعة أو تعظيم الرفاهية وهو ما يعرف بالإنسان الاقتصادي"[44]، إذن فالرجل الاقتصادي الرشيد هو إنسان تحركه دوافع اقتصادية نفعية بحتة.

(43) نظرية المستهلك، د. حسين غانم، دون ناشر، سنة 1406ه، ص:27.
(44) الاقتصاد للجميع، ليونارد سلك، ترجمة سميرة بحة، سجل العرب، القاهرة، 1983م، ص:8.



ولقد وجهت عدة انتقادات لمفهوم الرشد الاقتصادي في النظرية الاقتصادية الرأسمالية ، لأنه قصر الرشد على الأسلوب الذي يصل به المستهلك إلى تعظيم منافعه الذاتية، دونما اعتبار لطبيعة هذه المنفعة ووسائل تحقيقها، وآثارها على مصلحتة الحقيقية ومصلحة مجتمعه[45].

فمثلا إذا خير المستهلك بين مجموعة من السلع فيها ماهو نافع وما هو ضار، فاختار بناء على مبدإ المفاضلة السلع الضارة، فإنه حسب هذه النظرية يعد رجلا رشيدا ومستهلكا متوازنا، طالما يطبق في سلوكه الاستهلاكي مبدأ المفاضلة والموازنة بين ما أنفقه من دخل وما حصل عليه من منفعة، ومادام يرى فيما اختاره من سلع سيحقق له أقصى إشباع وأعظم منفعة.

وبهذا يتضح أن فكرة الرجل الاقتصادي الرشيد أو العقلانية الاقتصادية هي فكرة مغلوطة، تجرد الإنسان من قيمه الإنسانية والأخلاقية، وتغرقه في الأنانية وحب الذات، وتجعله جسدا تحركه الشهوات وتتلاعب به النزوات.

2–تغليب المصلحة الذاتية

إن من القواعد الحاكمة لسلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي، قاعدة تغليب المصلحة الذاتية أو الفردية، فحسب هذه النظرية إن الدافع الأساسي للمستهلك على الاستهلاك هو المصلحة الشخصية الذاتية.

وتعد فكرة المصلحة الفردية من المبادئ الرئيسة التي قام عليها النظام الاقتصادي الرأسمالي، حيث اعتبر أدم اسميث الفرد هو الوحدة الأساسية للنشاط الاقتصادي، وأنه يخضع في قيامه بهذا النشاط لدافع المصلحة الخاصة، وأن كل فرد في المجتمع يسعى إلى تحقيق مصلحته الذاتية، وأن هناك يدا خفية توجه المصالح الخاصة في تنافسها وتفاعلها إلى تحقيق المصلحة العامة بطريقة غير مباشرة[46].

فإذا كانت المصلحة الشخصية الذاتية هي المحرك للمستهلك على الاستهلاك، فإننا نتساءل عن أي نوع من السلوك الإنساني يهدف إليه المستهلك في استهلاكه؟

لاشك أن الأثرة والأنانية وحب الذات والطمع والجشع هي الصفات البارزة الطاغية على سلوك هذا المستهلك.

3– سيادة المستهلك:

([45]) الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك ، زيد بن محمد الرماني، دار طويق للنشر والتوزيع، الرياض- السعودية، ط1/1422ه-2001م، ص13.

([46]) تاريخ الفكر الاقتصادي، د.لبيب شقير، مكتبة نهضة مصر، من دون طبعة، ص 112



يقصد بسيادة المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي أن كل مستهلك يمتلك حرية مطلقة في إنفاق دخله على شراء ما يريد من السلع والخدمات مادام يمتلك قوة شرائية تمكنه من ذلك، فهو وحده أعلم بما هو أنفع له فيما يختاره من منتجات وما يتخذه من قرارات الشراء.

فحسب هذه النظرية المستهلك هو سيد السوق، لأن ما كل ينتج من سلع وخدمات داخل المجتمع هي موجهة إلى هذا المستهلك، فهو الذي يقرر عن طريق التصويت في ساحة السوق ماذا ينتج المنتج؟ وكيف ينتج؟ وكم ينتج؟ ولمن ينتج؟

وبناء على ذلك توجه كل الموارد الاقتصادية والإمكانيات المتاحة في المجتمع إلى المنتجات التي يرغب المستهلك في الحصول عليها، فما يتخذه المستهلك من قرارات الشراء تؤثر بشكل كبير ومباشر على قرارات الإنتاج.

وهذا ما عبر عنه الاقتصادي الأمريكي بول ساملويلسون في قوله: «المستهلك هو الملك- كما يقولون- الجميع مصوتون ، يستخدمون أموالهم كأصوات من أجل عمل ما يريدون عمله، فالأصوات تتنافس مع بعضها، والأشخاص الذين لديهم أصوات أكثر هم الذين لديهم معظم التأثير في ماذا ينبغي أن ينتج وإلى أين تذهب السلع»[47]

فالصورة التي يقدمها الاقتصاد الرأسمالي عن المستهلك تظهره أنه مالك زمام السوق والمتربع على عرشها، ولاشيء يسير فيها بخلاف رغباته وقراراته، لكن الواقع غير ذلك لأن هذا المستهلك يقع ضحية أجهزة التسويق التي تستخدم أساليب الدعاية والإعلانات التجارية للتأثير على اختياراته وتفضيلاته، وتخلق لديه أذواقا جديدة، وهي في ذلك تسعى إلى تحقيق الأرباح المادية، يقول "فرانسوا دال": "إن غزْو المستهلك لشيء مثير، وهو ما يؤكِّد أنَّ الحقيقة دائمًا مغيَّرَة اللون، غير واضحة المعَالِم، بالنسبة للمستهلك، كما هي بالنسبة للمنتج"[48].

وتستمر أجهزة التسويق في التأثير على المستهلك حتى يغير من قراراته الشرائية السابقة ويتجه نحو استهلاك الجديد من السلع والخدمات، دون اعتبار لسلم ضرورياته وحاجياته وكمالياته، ودون مراعاة للقواعد الأخلاقية والاجتماعية الضابطة لهذا الأمر، مما يؤدي في الأخير إلى انحراف الإنتاج عن الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية في توفير الاحتياجات الحقيقية للمجتمع، إلى التوسع في إنتاج السلع الكمالية وتحقيق الترف والرفاهية لفئة اجتماعية قليلة، على حساب إنتاج الحاجات الضرورية والأساسية للسواد الأعظم من المجتمع.

يقول د.زيد بن محمد الرماني:"إن فكرة سيادة المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي منتَقَدة؛ حيث إنَّ حرية المستهلك في توزيع دخْله على ما يشاء من السلع والخدمات تتعرَّض في مجتمعات الاستهلاك العالي لقيود غير مرئية، تَفرض عليه

(47) الاقتصاد، بول ساملويلسون، ترجمة هشام عبد الله، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان –الأردن، ط2/ 2006، ص 101
(48) مستقبَل السياسات الإدارية، فرانسوا دال، ترجمة فؤاد نجيب، دار نهضة مصر، القاهرة، 1977م، ص196



نماذج معيَّنة من الاستهلاك، ففي هذه المجتمعات يقع المستهلك فريسة لمؤثِّرات مصطنَعة، وضغوط اجتماعية مغْرِضة أو عفويَّة، تُزرع أو تُنمى عمدًا بقصْد الترويج لمنتجات معينة، أو بقصد دفع الناس إلى اللهث المستمر وراء الاستهلاك، فالمزيد من الاستهلاك بوجه عام"[49].

4 – تعظيم المنفعة:

إن الهدف الأساس الذي يسعى إليه المستهلك من وراء استهلاكه في النظرية الاقتصادية الغربية هو تعظيم المنفعة أو الوصل إلى أقصى حد من المتعة واللذة، أو تحقيق أقصى إشباع من السلع والخدمات.

وتعرف المنفعة في إطار هذه النظرية بأنها "قدرة السلعة أو الخدمة على إشباع حاجة ما يحس بها الإنسان في لحظة معينة وفي ظروف محددة"[50]

وتعد فكرة المنفعة في النظرية الاقتصادية الرأسمالية أداة من أدوات تفسير سلوك المستهلك وأسلوبا من أساليب تحليله، ويعود استخدامها في هذه النظرية إلى الربع الأخير من القرن التاسع عشر مع رواد المدرسة النيوكلاسيكية، حيث قام مجموعة من الاقتصاديين منهم ستانلي جيفونز وليون فلراس وكارل منجر بتحليل سلوك المستهلك بالاعتماد على فكرة أن الإنسان دائما يبحث عن المنفعة ويسعى إلى تحقيق أكبر قدر من المتعة وبأقل درجة من الألم، وتحت تأثير هذين المتغيرين "المتعة والألم" تم إخضاع جميع التصرفات الإنسانية الاقتصادية[51].

فإذا ما تم طرح السؤال التالي على أصحاب هذه النظرية: لماذا يستهلك المستهلك ؟كان الجواب يستهلك لأجل تعظيم المنفعة وتحقيق أكبر قدر ممكن من اللذة.

وهكذا أصبح تعظيم المنفعة كهدف للمستهلك مسلمة عند الاقتصاديين الرأسماليين، بغض النظر عن مشروعية المنفعة ووسائل تحصيلها.

المبحث الرابع: سلوك المستهلك في النظرية الاقتصادية الإسلامية

---

(49) الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك ، زيد بن محمد الرماني، دار طويق للنشر والتوزيع، الرياض- السعودية، ط1/1422ه-2001م، ص15

(50) الاقتصاد الجزئي، د. محمد الوادي، ص: 138

(51) انظر لمزيد من التفصيل: مبادئ التحليل الاقتصادي الجزئي والكلي، د. حمد مروان السمان وآخرون، ص121، والاقتصاد الجزئي، د. محمد الوادي، ص: 138



سنتطرق في هذا المبحث إلى بيان أهمية دراسة سلوك المستهلك من المنظور الإسلامي، ثم تحديد الأسس التي تقوم عليها نظرية سلوك المستهلك الإسلامية، وتحليل العناصر المكونة لسلوك المستهلك في النظرية الاقتصادية الإسلامية وذلك من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: أهمية دراسة سلوك المستهلك من المنظور الإسلامي

يعد السلوك الإنساني مرآة تعكس تصورات الإنسان الداخلية، وتترجم أحاسيسه ومشاعره الباطنية، وتظهر نزعاته وميولاته التفضيلية، وتكشف عن رغباته وحاجاته الإنسانية، وما سلوك المستهلك إلا جزء من السلوك الإنساني العام، وما دراسته إلا دراسة للسلوك الإنساني في جانب ممارسته للعملية الاستهلاكية.

وتعد نظرية سلوك المستهلك الأساس العلمي لعلم الاقتصاد كما ذهب إلى ذلك العديد من الاقتصاديين منهم الاقتصادي "بانفليد"[52]، لأن المستهلك يعتبر أهم عنصر في السوق، فهو المحور الذي تدور حوله العملية الاقتصادية برمتها، كما أن الاستهلاك يعد المحرك الأساس والفعال للنشاط الاقتصادي والدافع على الإنتاج، ولهذا كان الاهتمام ببحث هذا الموضوع في جانبي النظرية الاقتصادية على مستوى التحليل الجزئي والكلي.

ولما كان المستهلك أساس أي نشاط اقتصادي بوجه عام وأي عملية تسويقية بوجه خاص، باعتباره منطلقا لوضع السياسات وصياغة الاستراتيجيات الاقتصادية لأي وحدة إنتاجية أو منشأة صناعية، كان لابد من دراسة سلوكه الاستهلاكي لفهم حقيقة الدور الذي يقوم به، وتحديد العوامل والمؤثرات الداخلية و الخارجية التي تؤثر على تصرفاته وتفسير ها، ومحاولة التنبؤ بما سيتخذه المستهلك من قرارات وما سيقدم عليه من تصرفات مما يساعد على حل كثير من الظواهر والمعضلات الاقتصادية.

ونظرا لهذه الأهمية البالغة التي يتبوؤها المستهلك في المنظومة الاقتصادية، وتأثيره الخطير على الحياة الاقتصادية والاجتماعية لأي مجتمع إنساني؛ فقد شغلت نظرية المستهلك حيزا كبيرا من الفكر الاقتصادي الوضعي لفترات طويلة من الزمان، واستحوذت على العديد من الأبحاث والدراسات الاقتصادية التي هدفت إلى تفسير سلوك المستهلك تفسيرا ماديا بمعزل عن الجانب الأخلاقي والعقدي.

([52]) مبادئ الاقتصاد، الفرد مارشال، ترجمة: وهيب مسيحة، مكتبة الأنجلو المصريَّة، القاهرة، 1952م، ص139.



فعلى الرغم مما قدمه الاقتصاديون وعلماء النفس والاجتماع من اجتهادات في دراسة سلوك المستهلك، وما اقترحوه من أساليبَ ونماذج تحليلية متباينة، إلا أن الأمر مازال محاطا بجانب كبير من التخبط والاضطراب في إيجاد تفسيرات واضحة لتصرفات المستهلك، نظرا لأن الأمر يتعلق بدراسة السلوك البشري الذي يتسم بالتغير والتبدل هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن وضع السلوك الإنساني تحت المجهر المختبري لم ولن يأت بنتائج دقيقة كما هو الحال في العلوم التطبيقية وهذا ما أغفلته النظريات الغربية.

وهنا تبرز ضرورة دراسة سلوك المستهلك من المنظور الإسلامي انطلاقا من نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، لاستخلاص قواعد السلوك الاستهلاكي الإسلامي الرشيد، وبيان خصائصه وتحديد ضوابطه الحاكمة له من أجل إيجاد نظرية اقتصادية متكاملة تقوم بتفسير سلوك المستهلك وتحليله تحليلا شموليا يراعي الأبعاد الثلاثية للإنسان: روحه وعقله وجسده.

ولقد وجدت دراسات وأبحاث في الاقتصاد الإسلامي تناولت هذه النظرية بالدراسة والتحليل إلا أنها مازالت تحتاج إلى المزيد من الدراسات العلمية المنهجية التي تعمل على إبراز المنهج الإسلامي في سلوك المستهلِك، وتحدد قواعده المنظمة له.

المطلب الثاني: أسس سلوك المستهلك المسلم

إن نظرية سلوك المستهلك في الإسلام ماهي إلا جزء من النظرية الاقتصادية العامة، وإن القواعد التي تحكم سلوك المستهلك المسلم هي نفس القواعد والأسس التي تضبط السلوك العام للفرد والمجتمع، ولهذا فإن نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي تقوم على أسس عقدية وأخلاقية وتشريعية.

1–الأسس العقدية لسلوك المستهلك المسلم: مادام سلوك المستهلك المسلم جزء من سلوك المسلم العام، فإنه ينبني على أسس وثوابت العقيدة الإسلامية، نذكر منها مايأتي:

– **الاستهلاك عبادة وطاعة**: يعد الاستهلاك في الإسلام نوعا من أنواع العبادات ولونا من ألوان الطاعات إذا قصد به وجه الله تعالى، ويدل على ذلك قول الله سبحانه: {وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ} الذاريات: 56، وقوله



تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ }[53]، فيتضح من الآية الأخيرة أن أكل الطيبات إذا اقترن بالشكر عد عبادة، فبالرغم من كون الاستهلاك عملية فيزيولوجية محضة إلا أن الإنسان إذا قام به امتثالا لأوامر ربه عز وجل كان طاعة من الطاعات.

– الإنسان مستخلف فيما يملك: يعتبر الاستخلاف في الإسلام أحد الأسس التي تقوم عليها المنظومة العقدية في الإسلام، وبناء على مفهوم الاستخلاف فإن كل مافي هذا الكون ملك لله تعالى ملكية مطلقة تامة، وأما ملكية الإنسان فهي ملكية استخلافية، لقوله تعالى: {وَآتُوهُمْ مِنْ مَالِ اللَّهِ الَّذِي آتَاكُمْ}[54] وقوله تعالى: {لِلَّهِ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا فِيهِنَّ}[55]

–الثواب والعقاب على الاستهلاك: إن الثواب والعقاب من الأسس التي توجه سلوك المسلم عامة، وتضبط سلوك المستهلك خاصة، وهو ما يعبر عن امتداد البعد الزمني لسلوك المستهلك المسلم، والذي يصل إلى الحياة الآخرة، وهذا مايساهم في بناء السلوك الاستهلاكي المتوازن، وإعداد الشخصية الاقتصادية السوية، ويدل على ذلك الكثير من الشواهد القرآنية والحديثية، نذكر منها قوله تعالى: {لَقَدْ كَانَ لِسَبَإٍ فِي مَسْكَنِهِمْ آيَةٌ جَنَّتَانِ عَنْ يَمِينٍ وَشِمَالٍ كُلُوا مِنْ رِزْقِ رَبِّكُمْ وَاشْكُرُوا لَهُ بَلْدَةٌ طَيِّبَةٌ وَرَبٌّ غَفُورٌ (15) فَأَعْرَضُوا فَأَرْسَلْنَا عَلَيْهِمْ سَيْلَ الْعَرِمِ وَبَدَّلْنَاهُمْ بِجَنَّتَيْهِمْ جَنَّتَيْنِ ذَوَاتَيْ أُكُلٍ خَمْطٍ وَأَثْلٍ وَشَيْءٍ مِنْ سِدْرٍ قَلِيلٍ (16) ذَلِكَ جَزَيْنَاهُمْ بِمَا كَفَرُوا وَهَلْ نُجَازِي إِلَّا الْكَفُورَ}[56].

2–الأسس الأخلاقية لسلوك المستهلك: إن سلوك المستهلك المسلم يقوم على أسس أخلاقية وقيم تربوية كثيرة نذكر منها:

–الاعتدال والتوسط في الاستهلاك: الإسلام منهج وسطية واعتدال يدعو الناس إلى تحقيق التوازن في حياتهم على كافة مستوياتها، والاستهلاك مجال من مجالات حياتهم الاقتصادية، فلهذا نجد الشريعة تحث على التوسط والاعتدل في الإنفاق والاستهلاك ويظهر ذلك جليا في قوله تعالى: {وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

---

(53) البقرة: 172

(54) النور: 33

(55) المائدة: 120

(56) سبأ: 15 – 17



}[57]، وقوله سبحانه: {وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَى عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا} [58]، و قد روي عن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه قال: «مَا عَالَ مَنِ اقْتَصَدَ»[59]، فالتوسط في الاستهلاك يكون بين الحد الأدنى الذي دونه يكون التقتير، وبين الحد الأقصى الذي فوقه يكون الإسراف والتبذير.

–تجنب الشح والتقتير في الاستهلاك: لقد نهت الشريعة الإسلامية عن الشح والتقتير، وحذرت الناس من الاتصاف به، فقال تعالى: {وَمَنْ يُوقَ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ } [60]، فالله تعالى قد أنعم على عباده من الطيبات و يحب أن يرى أثر نعمه على عباده، قال عز وجل: {قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ}[61]وجاء في الحديث قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: «إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ أَنْ يَرَى أَثَرَ نِعْمَتِهِ عَلَى عَبْدِهِ»[62]، كما دعا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إلى تجنب الشح وتوقيه لما فيه من الهلاك الاجتماعي والاقتصادي، فَقَالَ: «إِيَّاكُمْ وَالشُّحَّ، فَإِنَّمَا هَلَكَ مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ بِالشُّحِّ، أَمَرَهُمْ بِالْبُخْلِ فَبَخِلُوا، وَأَمَرَهُمْ بِالْقَطِيعَةِ فَقَطَعُوا، وَأَمَرَهُمْ بِالْفُجُورِ فَفَجَرُوا»[63]

–تجنب الإسراف والتبذير في الاستهلاك: لقد منح الله عز وجل للأفراد حرية في الاستهلاك والتمتع بالطيبات من الرزق، لكنه منعهم من الإسراف في الترف والانغماس في الملذات، {يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ }[64] ،كما حرم تبذير النعم وإضاعتها في قوله سبحانه: {وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (26) إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ}[65]

– تجنب الفخر والخيلاء في الاستهلاك: إن الإسلام يدعو إلى تجنب خصال الفخر والخيلاء في سلوك المسلم عامة سواء كان مستهلكا أو منتجا أو غير ذلك، لما له من آثار اجتماعية واقتصادية خطيرة، قال تعالى: {وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ

([57]) [الفرقان: 67]
([58]) [الإسراء: 29]
([59]) أخرجه أحمد في مسند÷، مسند عبد الله بن مسعود، رقم 4269، 302/7.
([60]) [الحشر: 9]
([61])[الأعراف: 32]
([62])أخرجه الترمذي في سننه، أبواب الأدب، باب ما جاء في أن الله تعالى يحب أن يرى أثر نعمته على عبده، رقم: 2819، (5/ 124)
([63]) أخرجه أبو داود في سننه، كتاب الزكاة، باب في الشح، رقم 1698،2/133
([64]) [الأعراف: 31]
([65]) [الإسراء: 26، 27]



مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ} [66] وقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «كُلُوا وَاشْرَبُوا وَتَصَدَّقُوا وَالْبَسُوا مَا لَمْ يُخَالِطْهُ إِسْرَافٌ، أَوْ مَخِيلَةٌ»[67].

–السماحة في المعاملات: من خصال المستهلك المسلم حسن معاملة الناس عند الشراء والبيع لقوله تعالى: {وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا } [68]، وقول رسوله الكريم صلى الله عليه وسلم: "رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمْحًا إِذَا بَاعَ، وَإِذَا اشْتَرَى، وَإِذَا اقْتَضَى "[69]

3– الأسس التشريعية لسلوك المستهلك: إن هناك مجموعة من الأسس التشريعية الحاكمة لسلوك المستهلك المسلم منها:

–إباحة الطيبات و تحريم الخبائث: إن الاقتصاد الإسلامي لا يبيح لإشباع الحاجات الإنسانية إلا ما كان حلالا طيبا من السلع والخدمات بخلاف الاقتصاد الوضعي الذي لا ينظر إلى هذا الاعتبار، وفي هذا يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "أَيُّهَا النَّاسُ، إِنَّ اللهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا، وَإِنَّ اللهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ، فَقَالَ: {يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا، إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ} [70] وَقَالَ: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ}[71]، ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلَ يُطِيلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ، يَمُدُّ يَدَيْهِ إِلَى السَّمَاءِ، يَا رَبِّ، يَا رَبِّ، وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ، وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ، وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ، وَغُذِيَ بِالْحَرَامِ، فَأَنَّى يُسْتَجَابُ لِذَلِكَ؟ "[72]

–منع الضرر: إن الإسلام قد منع كل أشكال الإضرار بالمال لقوله تعالى:{وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا }[73]، وعن النَّبِيّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: "إِنَّ اللَّهَ كَرِهَ لَكُمْ ثَلاَثًا: قِيلَ وَقَالَ، وَإِضَاعَةَ المَالِ، وَكَثْرَةَ السُّؤَالِ"[74] ، وقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ»[75]

([66]) [لقمان: 18]
([67]) أخرجه ابن ماجه في سننه، كتاب اللباس، باب لبس ما شئت ما أخطأك سرف ومخيلة، رقم 3605، 1192/2
([68]) [البقرة: 83]
([69]) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب البيوع، باب السهولة والسماحة في الشراء والبيع، رقم: 2076، 57/3
([70]) [المؤمنون: 51]
([71]) [البقرة: 172]
([72]) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الكسوف، باب قبول الصدقة من الكسب الطيب وتربيتها، رقم 1015، 703/2
([73]) النساء: 5
([74]) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الزكاة، باب بَابُ قَوْلِ اللَّهِ تَعَالَى: {لاَ يَسْأَلُونَ النَّاسَ إِلْحَافًا}، رقم1477، 124/2.
([75]) أخرجه ابن ماجه في سننه، كتاب الأحكام، باب من بنى في حقه ما يضر بجاره، رثم 2341، 2/ 784



-أداء حقوق المال: من حقوق المال في الإسلام أداء فريضة الزكاة لقوله تعالى: {إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسَاكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ}[76]، وقول النَّبِيّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لمعاذ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ لما بعثه إِلَى اليَمَنِ: "فَأَعْلِمْهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً فِي أَمْوَالِهِمْ تُؤْخَذُ مِنْ أَغْنِيَائِهِمْ وَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ"[77]

-الموازنة بين الدخل والاستهلاك: من قواعد الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي أن ينفق المستهلك حسب سعته ومستواه الاقتصادي من غير إسراف ولا تقتير، لقوله تعالى: {لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِنْ سَعَتِهِ وَمَنْ قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا}[78] ، فمن كان ذا سعة وقتر على نفسه وعياله فسينتج عن ذلك نقص في الطلب مما سيؤدي إلى حدوث الكساد والهلاك الاقتصادي، ومن كان ممن قدر اللّه عليه رزقه فأنفق بأكثر من دخله محاكاة وتقليدا لغيره، فإنه سيكون مخالفا لأمر اللّه تعالى في قوله سبحانه: {وَلا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ}[79] وسينتهي به الأمر إلى الوقوع في العجز والضيق وسيضطر إلى الاستدانة.

المطلب الثالث: مراتب سلم الاستهلاك الإسلامي

1-الاستهلاك تعتريه الأحكام الخمسة:

- فيكون واجبا: إذا كان في مرتبة الضروريات.

- ويكون مندوبا: إذا كان في مرتبة الحاجيات.

- ويكون مباحا: إذا كان في مرتبة التحسينيات.

- ويكون حراما: إذا كان في منطقة المحرمات والإسراف والتبذير.

---

(76) [التوبة: 60]
(77) متفق عليه.
(78) الطلاق: 7
(79) النساء: 32



- ويكون مكروها: إذا اقترب من منطقة الإسراف.

2-ضبط حاجات المستهلك بسلم مقاصد الشريعة: إن الشريعة الإسلامية قد ضبطت حاجات المستهلك بسلم المقاصد من أجل توحيد السلم الاستهلاكي للمجتمع المسلم، والوصول إلى الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية، ويمكن تحديد مراتب الحاجات الاستهلاكية على الشكل التالي:

- حاجات ضرورية: وهي المتعلقة بحفظ الضروريات الخمس: الدين والنفس والعقل و النسل و المال
- حاجات حاجية: وهي التي فيها رفع للحرج والمشقة على المستهلك، كالتوسع في المسكن والمركب
- حاجات تحسينية: وهي المتعلقة بتجميل حياة المستهلك وتحسين مستوى معيشته كالأخذ بالزينة من اللباس، والتوسع فيما لذ وطاب من الطعام وغير ذلك.

وانطلاقا من هذا السلم لا يشبع المستهلك حاجة تحسينية إذا كان في إشباعها إخلالا بحاجة حاجية، ولا يشبع حاجة حاجية إذا كان في إشباعها إخلالا بحاجة ضرورية.

3-سلم إنفاق المستهلك في الإسلام

قَالَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "«تَصَدَّقُوا» فَقَالَ رَجُلٌ: يَا رَسُولَ اللهِ، عِنْدِي دِينَارٌ، قَالَ: «تَصَدَّقْ بِهِ عَلَى نَفْسِكَ» قَالَ: عِنْدِي آخَرُ، قَالَ: «تَصَدَّقْ بِهِ عَلَى زَوْجَتِكَ» قَالَ: عِنْدِي آخَرُ، قَالَ: «تَصَدَّقْ بِهِ عَلَى وَلَدِكَ» قَالَ: عِنْدِي آخَرُ، قَالَ: «تَصَدَّقْ بِهِ عَلَى خَادِمِكَ» قَالَ: عِنْدِي آخَرُ، قَالَ: «أَنْتَ أَبْصَرُ» بِهِ"[80]، فانطلاقا من هذا الحديث يمكن تحديد سلم إنفاق المستهلك فيما يلي:

- إنفاق المستهلك على نفسه
- إنفاق المستهلك على زوجته
- إنفاق المستهلك على ولده
- إنفاق المستهلك على خادمه
- إنفاق المستهلك في سبيل الله

(80) أخرجه أبوداود في سننه، كتاب الزكاة، باب في صلة الرحم، رقم: 1691، 132/2.



المطلب الرابع: العناصر المكونة لسلوك المستهلك المسلم

1- **الرشد الاقتصادي**: إن الأصل في المستهلك المسلم أنه رشيد، مادام منضبطا في سلوكه الاستهلاكي لقواعد الإسلام و قيمه وأحكامه التي وردت في القرآن الكريم والسنة النبوية، لقوله تعالى: {وَأَنَّا مِنَّا الْمُسْلِمُونَ وَمِنَّا الْقَاسِطُونَ فَمَنْ أَسْلَمَ فَأُولَئِكَ تَحَرَّوْا رَشَدًا}[81]

فلقد رسمت الشريعة للمستهلك الطريق الذي يسير عليه ليبلغ مستوى الرشد الاقتصادي، ومن خالف ذلك من المستهلكين لايمكن اعتباره رشيدا، ومن هؤلاء السفهاء، الذين منعهم الله تعالى من التصرف في أموالهم مادمت صفة السفه ملازمة لهم، فإذا ارتفعت عنهم أمر بدفع أموالهم إليهم، وكذلك الأمر بالنسبة للصبي لا يمكن من ماله حتى يكتمل عقله ويبلغ رشده قال تعالى: {وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا (5) وَابْتَلُوا الْيَتَامَى حَتَّى إِذَا بَلَغُوا النِّكَاحَ فَإِنْ آنَسْتُمْ مِنْهُمْ رُشْدًا فَادْفَعُوا إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ }[82]

كما أن الاقتصاد الإسلامي لا يقصر الرشد على حجم السلع والخدمات التي يحصل عليها المستهلك، ولا على مقدار إشباعها كما هو الحال في الفكر الاقتصادي الرأسمالي، وإنما ينظر إلى طرق الحصول على هذه السلع هل هي مشروعة أم لا؟ وهل هي في دائرة الطيبات أم المحرمات؟ وهل في ذلك إضرار بالمصلحة الجماعية أم هناك توافق بينها وبين المصلحة الفردية للمستهلك؟

2- الحرية الموجهة: إن الاقتصاد الإسلامي قد جاء بمنهج وسط في مسألة حرية المستهلك ، فلا هو منحه حرية مطلقة في اختياراته الاستهلاكية كما فعل الاقتصاد الرأسمالي، ولا سلبه إياها كما هو الأمر في الاقتصاد الاشتراكي، و إنما منحه حرية موجهة تحقق توازنا بين المصلحة الفردية والجماعية.

3- البعد الزمني لسلوك المستهلك: من المنظور الإسلامي إن كل سلوك يصدر عن المستهلك ليس مرتبطا فحسب بالبعد الدنيوي، وإنما تمتد نتائجه إلى البعد الأخروي، وهذا بخلاف النظرية الغربية المادية التي تربط كل تصرفات المستهلك بالنتائج الدنيوي، وإن هناك من التصرفات والأفعال التي يختارها المستهلك المسلم ولا يرى لها أثرا ماديا في الحياة الدنيا وإنما يجني نتائجها في الحياة الأخرى كالإنفاق في وجوه البر والخير.

([81]) [الجن: 14]

([82])[النساء: 5، 6]



تحقيق المنفعة المادية والروحية: إن هدف المستهلك من استهلاكه في الاقتصادي الإسلامي لا يقتصر على تحقيق المنافع المادية الصرفة، وإنما يهدف إلى تحقيق هدف أسمى وهو عبودية الله تعالى، يقول تعالى: {وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ} [83]

إن الإسلام دين يوازن المطالب المادية والروحية للإنسان، فلهذا يشجع المستهلك على السعي لتحقيق منافعه المادية ما كانت منضبطة بالقواعد الإسلامية ومتوافقة مع التعاليم الشرعية.

خاتمة:

وأهم النتائج والخلاصات المتوصل إليها بعد دراسة هذا الموضوع هي كالتالي:

1- سلوك المستهلك في أي مجتمع، يعكس تصور وقيم ومعتقدات هذا المجتمع.

2- نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الوضعي نجحت في إيجاد القوالب النظرية والأدوات التحليلية، لكنها أخفقت في تفسير سلوك المستهلك تفسيرا موضوعيا.

3- نظرية سلوك المستهلك في الإسلام تتأسس على ثوابت عقدية وأخلاقية وشرعية.

4- نظرية سلوك المستهلك تتكامل فيها الجوانب العقدية والأخلاقية والتشريعية

5- نظرية سلوك المستهلك من المنظور الإسلامي هي جزء من النظرية الاقتصادية العامة التي تحكم سلوك المسلم وتصرفاته.

6- تحقيق الرشد الاقتصادي في سلوك المستهلك المسلم يحميه من نفسه ومن المنتج والتاجر.

7- نظرية سلوك المستهلك الإسلامية نظرية توازن بين مطالب الروح والجسد، وبين مطالب الفرد والجماعة، ومطالب الدين والدنيا.

---

(83) [القصص: 77]

لائحة المصادر والمراجع

1- القرآن الكريم برواية حفص عن عاصم

2- آداب المواكلة، بدر الدين أبو البركات محمد الغزي، تحقيق عمر موسى باشا، دار ابن كثير ،دمشق، 1407هـ.

3- أساس البلاغة، الزمخشري، تحقيق محمد باسل عيون السود، دار الكتب العلمية، ط1: 1419هـ/1998م.

4- الأساس في علم الاقتصاد، د. محمد الوادي ود. إبراهيم خريس،دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2007.

5- أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، محمود جاسم الصميدعي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان،

6- الاقتصاد، بول ساملويلسون، ترجمة هشام عبد الله، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان –الأردن، ط2/ 2006.

7- الاقتصاد للجميع، ليونارد سلك، ترجمة سميرة بحة، سجل العرب، القاهرة، 1983م،

8- الاقتصاد الكلي النظرية والسياسات، ج.آكلي، ترجمةد.عطية مهدي سليمان، الجامعة المستنصرية، بغداد، 1980م.

9- أصول الاقتصاد الإسلامي، د. أمين مصطفى عبد الله، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاؤه.

10- بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، الكاساني، دار الكتب العلمية،ط2: 1406هـ/1986م

11- تاج العروس، الزبيدي، تحقيق مجموعة من المؤلفين، دار الهداية، من دون طبعة

12- تاريخ الفكر الاقتصادي، د.لبيب شقير، مكتبة نهضة مصر، من دون طبعة.

13- تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق، الزيلعي،المطبعة الكبرى الأميرية–القاهرة، ط1: 1313هـ.

14- تفسير القرآن العظيم، ابن كثير، تحقيق سامي بن محمد سلامه، دار طيبة للنشر والتوزيع، ط2: 1420هـ/ 1999م.

15- الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك ، زيد بن محمد الرماني، دار طويق للنشر والتوزيع، الرياض– السعودية، ط1/1422هـ–2001م.

16- السلوك التنظيمي، علي سامي، مكتبة القاهرة ،سنة 1979.

17- سلوك المستهلك عوامل التأثير البيئية، عنابي بن عيسى، ديوان المطبوعات الجامعية– الجزائر، 2003، ج16/2.

18- سلوك المستهلك، محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006



19- سلوك المستهلك، ممود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2006

20- سلوك المستهلك مدخل استراتيجي، محمد إبراهيم عبيدات، دار وائل للنشر، عمانالأردن، ط2001/3.

21- سنن أبي داود، تحقيق محمد محيي الدين عبد الحميد، المكتبة العصرية، صيدا-بيروت، من دون طبعة.

22- سنن الترمذي، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي وأحمد محمد شاكر، مطبعة مصطفى البابي الحلبي-مصر، ط2: 1395هـ/1975م.

23- سنن الدارقطني، تحقيق شعيب الأرنؤوط وآخرون،مؤسسة الرسالة، بيروت- لبنان، ط1: 1424هـ/ 2004م.

24- السنن الكبرى للبيهقي، تحقيق محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان،ط3: 1424هـ/ 2003م.

25- سنن ابن ماجه، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية، من دون طبعة.

26- الصحاح تاج اللغة، الجوهري، تحقيق أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين- بيروت، ط4: 1407هـ/ 1987م.

27- صحيح البخاري، تحقيق محمد زهير بن ناصر الناصر، دار طوق النجاة، ط1: 1422هـ.

28- صحيح مسلم، محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي- بيروت، من دون طبعة.

29- صياغة إسلامية لجوانب من دالة المصلحة الاجتماعية ونظرية سلوك المستهلك، محمد أنس الزرقا، ندوة قراءات في الاقتصاد الإسلامي، المنشورة بمجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاقتصاد والإدارة، جدة،ط1، 1407هـ-1987م.

30- مبادئ الاقتصاد، الفرد مارشال، ترجمة: وهيب مسيحة، مكتبة الأنجلو المصريَّة، القاهرة، 1952م.

31- مبادئ التحليل الاقتصادي الجزئي والكلي، د.محمد مروان السمان وآخرون، دار الثقافة ، عمان –الأردن ، ط2011/5

32- مجمل اللغة، ابن فارس، تحقيق زهير عبد المحسن سلطان، مؤسسة الرسالة-بيروت، ط2: 1406هـ/ 1986م.

33- مستقبَل السياسات الإدارية، فرانسوا دال، ترجمة فؤاد نجيب، دار نهضة مصر، القاهرة، 1977م،

34- مسند أحمد، تحقيق شعيب الأرنؤوط وآخرون، مؤسسة الرسالة ط1: 1421 هـ/ 2001م.

35- معجم لغة الفقهاء، محمد رواس قلعجي و حامد صادق قنيبي، دار النفائس ، ط2: 1408هـ/1988م.

36- معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، د.نزيه حماد، دار القلم، دمشق، ط2: 1435هـ/ 2014م.



37- المفاهيم الاستهلاكية في ضوء القرآن والسنة النبوية، زيد بن محمد الرماني، سلسلة دعوة الحق تصدرها رابطة العالم الإسلامي، السنة الثالثة عشرة، رمضان 1415هـ/ ع:153.
38- المفردات في غريب القرآن، الراغب الأصفهاني، تحقيق صفوا عدنان الداودي، دار القلم- دمشق، ط1: 1412هـ.
39- مقاييس اللغة، ابن فارس، تحقيق عبد السلام هارون، دار الفكر،ط:1399هـ/ 1979م.
40- الموسوعة الفقهية الكويتية، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية-الكويت، الطبعة: من 1404هـ/ 1427هـ .
41- -نظرية المستهلك، د. حسين غانم، دون ناشر، سنة 1406هـ.
42- النهاية في غريب الحديث والأثر، ابن الأثير،تحقيق طاهر أحمد الزاوي ومحمود محمد الطناحي، المكتبة العلمية- بيروت، ط: 1399هـ/1979م.
43- .Runyon - Consumer Behavior, Charle Merrill - Publishing Company, 1980



